

## INTISARI

Museum tidak hanya berfokus dalam menyajikan dan merawat koleksinya, museum memiliki kewajiban untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan tujuannya kepada masyarakat melalui kegiatan pemasaran museum. Kegiatan pemasaran di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara masih tergolong tradisional, dimana kegiatan ini tidak cukup menjangkau masyarakat yang semakin terbiasa dan bergantung dengan teknologi dan media sosial. Pemasaran dalam museum sebaiknya juga berkembang mengikuti perkembangan teknologi dan pola budaya masyarakat. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital museum merupakan salah satu cara menjembatani museum dengan publik.

Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara menghadapi kendala besar minat masyarakat terhadap museum semakin rendah. Didapati pula sebuah fenomena dimana dana untuk pemasaran museum sangatlah minim. Berdasarkan inilah penelitian dilakukan, dengan memanfaatkan media sosial untuk mengoptimalkan pemasaran museum dengan biaya yang relatif terjangkau, terukur dan terstruktur, agar mampu menarik kembali minat masyarakat melalui kehadiran museum di media sosial. Melalui konsep dasar dari strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial untuk museum yang nantinya dapat diaplikasikan dan disesuaikan dengan kebutuhan museum.

Kata kunci: Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, pemasaran, media sosial, pemasaran digital, pengunjung, strategi.

## **ABSTRACT**

Museums do not only focus on presenting and maintaining their collections, museums have an obligation to convey and communicate their goals to the public through museum marketing activities. Marketing activities at Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara are still relatively traditional, where this activity is not enough to reach people who are increasingly accustomed to and dependent on technology and social media. Marketing in museums should also develop following technological developments and cultural patterns of society. The use of social media in museum digital marketing is one way to bridge the museum with the public.

Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara faces a major obstacle, public interest in museums is getting lower. There is also a phenomenon where funds for museum marketing are very minimal. Based on this research, it was conducted, by utilizing social media to optimize museum marketing at a relatively affordable, measurable and structured cost, in order to be able to attract public interest again through the museum's presence on social media. Through the basic concept of a digital marketing strategy by utilizing social media for museums which can later be applied and adjusted to the needs of the museum.

**Keywords:** marketing, social media, digital marketing, visitors, strategy.